

ABSTRAK

STRATEGI BISNIS PT. TELEKOMUNIKASI SELULAR HINGGA TAHUN 2021 DALAM MENGHADAPI MASUKNYA LAYANAN OVER THE TOP PADA INDUSTRI TELEKOMUNIKASI DI INDONESIA

Dimas Prasetyo

16/402366/PEK/21901

Masuknya layanan OTT yang semakin banyak dan berkembang berpengaruh negatif terhadap kondisi persaingan di dalam industri telekomunikasi yang juga mempengaruhi bisnis perusahaan-perusahaan operator seluler. Masalah yang timbul dari adanya layanan OTT ini sudah cukup mempengaruhi pendapatan perusahaan operator seluler terutama menurunnya pendapatan sehubungan dengan layanan telepon dan SMS. Apabila dilihat secara lebih khusus, tentunya perusahaan PT. Telekomunikasi Selular juga terkena dampak penurunan pendapatan tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan strategi perusahaan hingga tahun 2021 dalam merespon tumbuhnya bisnis OTT. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini dipergunakan untuk melihat kondisi persaingan bisnis dalam industri telekomunikasi di Indonesia (lingkungan eksternal) dengan menggunakan PESTEL, *Porter's Five Forces*, Kekuatan Pendorong, dan Faktor Keberhasilan Kunci (KSFs). Guna mengetahui kondisi internal perusahaan, peneliti menggunakan alat analisis TOWS (*Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths*) yang kemudian dianalisis kembali menggunakan keunggulan kompetitif dan *strategy diamond model*, sehingga melalui analisis tersebut diperoleh alternatif strategi bisnis yang dapat dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Selular guna menghadapi masuknya pesaing baru, yaitu layanan OTT. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian studi kasus menggunakan paradigma dan desain penelitian interpretif kualitatif dengan metode deduktif.

Hasil penelitian ini adalah strategi yang telah dilakukan PT. Telekomunikasi Selular selama tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 secara keseluruhan dapat memenuhi elemen yang ada di dalam *strategy diamond model*, selain itu terdapat beberapa alternatif strategi bisnis yang dapat dijalankan oleh PT. Telekomunikasi Selular guna menghadapi persaingan bisnis akibat masuknya layanan OTT dalam industri telekomunikasi di Indonesia hingga tahun 2021 kedepan, yaitu menggunakan seluruh aset yang dimiliki perusahaan sebagai keunggulan kompetitif yang dapat dijadikan kekuatan untuk menghadapi perubahan kondisi persaingan pada industri telekomunikasi di Indonesia, mengubah atau membuat model bisnis yang baru, karena beberapa aset PT. Telekomunikasi Selular yang dirasa sudah kurang relevan dengan perkembangan teknologi, menjalin kerjasama lebih banyak lagi dengan perusahaan lainnya, terutama kerjasama dalam bidang digital dan IoT, melakukan investasi pada beberapa perusahaan penyedia layanan OTT, dan meningkatkan kapabilitas SDM dan teknologi perusahaan untuk menghadapi perkembangan teknologi digital yang sangat cepat.

Kata kunci: Strategi bisnis, layanan OTT, PESTEL, *porter's five forces*, kekuatan pendorong, faktor keberhasilan kunci, analisis TOWS, keunggulan kompetitif, *strategy diamond model*

ABSTRACT

BUSINESS STRATEGY OF PT. TELEKOMUNIKASI SELULAR UP TO 2021 IN FACING THE ENTRY OF OVER THE TOP SERVICES IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY IN INDONESIA

Dimas Prasetyo
16/402366/PEK/21901

The entry of OTT services is increasing and developing negatively towards competition in the telecommunications industry which also increases the business of cellular operator companies. The problems arising from this OTT service are quite large from the revenues of cellular operator companies which are lower than the amount required by telephone and SMS services. No exception for PT. Telekomunikasi Selular also decreased.

The purpose of this study is to develop the company's strategy until 2021 in response to the growth of the OTT business. The analysis used in this study is used to see the conditions of business competition in the telecommunications industry in Indonesia (external environment) using PESTEL, Porter 's Five Forces, Driving Force, and Key Success Factors (KSFs). In order to know the internal conditions of the company, researchers used TOWS analysis tools (Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths) which were then re-analyzed using competitive advantage and the diamond model strategy, so that through this analysis business alternative strategies that can be done by PT. Telekomunikasi Selular to face the entry of new competitors, namely OTT services. The research design used in this study is a type of case study research using a qualitative interpretive paradigm and research design with a deductive method.

The results of this study are the strategies that have been carried out by PT. Telekomunikasi Selular during 2015 to 2017 as a whole can meet the elements in the strategy diamond model, besides that there are several alternative business strategies that can be implemented by PT. Telekomunikasi Selular to deal with business competition due to the inclusion of OTT services in the telecommunications industry in Indonesia until the next 2021, which uses all assets owned by the company as a competitive advantage that can be used as a force to deal with changing competitive conditions in the telecommunications industry in Indonesia, change or make business models new, because some assets of PT. Telekomunikasi Selular which is considered to be less relevant to technological developments, establishes more cooperation with other companies, especially cooperation in the field of digital and IoT, invests in several OTT service providers, and enhances the capabilities of HR and technology companies to deal with the development of digital technology very fast.

Keywords: Business strategy, OTT services, PESTEL, porter's five forces, driving force, key success factors, TOWS analysis, competitive advantage, strategy diamond model